

補助事業概要の広報資料

補助事業番号 22-2-019

補助事業名 平成22年度 難病の児童を持つ家族への支援補助事業

補助事業者名 認定特定非営利活動法人ファミリーハウス

1. 補助事業の概要

(1) 事業の目的

- ア. これまで当会の活動報告として発行していた会報誌「ファミリーハウス通信」を、ファミリーハウスに関わる全ての人たち同士をつなぐ情報ツールに大幅リニューアルすることで、関係者が当会の活動をより理解し、コミュニティを活発化。また会報誌の編集体制を見直し、スタッフのスキルアップを図り、作業の効率化を図ること。
- イ. より読みやすい「ファミリーハウス通信」を制作することで、今以上に世の中にハウスの存在を認知させ、ハード面、ソフト面での継続的なサポートが得て、全国の各団体が運営しやすい環境を整えること。

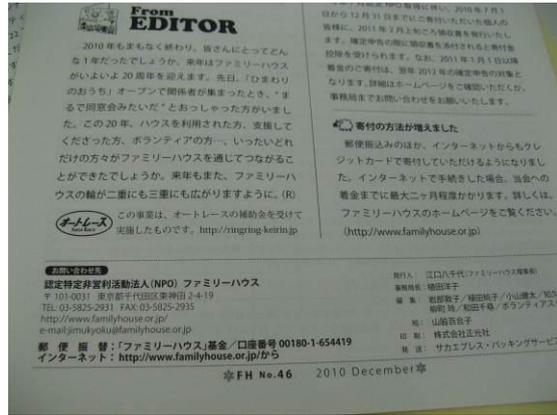
(2) 実施内容

- ア. 専門家参加による委員会を運営（年4回）し、誌面デザインやコンテンツ、編集体制の見直しを検討・実施した。
- イ. 発行回数を年3回から年4回へ、発行部数を1回2000部から4500部へ増加した。
- ウ. 配布先として、当会正会員、後援会員、ボランティアら、既に当会に関係のあるメンバー（のべ2752名）へ配布。上記に加え、小児科、保健所、関係団体など、1回4500件へ配布した。
- エ. 年4回勉強会を開催し、スタッフのスキルアップに取り組んだ。

2. 予想される事業実施効果

会報誌はこれまで、人手やスキル不足でリニューアルになかなか着手できなかった。しかし、今回専門家を交えて実施することができたことにより、これまで以上に発行後の読者からの反響（アンケート回答や寄付金の入金など）が大きく、リニューアルにより読者（＝ファミリーハウス活動の関係者）との距離が縮まった。また、会報誌増刷で配布先を新規開拓し、小児科や保健などに新たなネットワークをつくることができた。通信を通じて寄付が増えたり、会が活性化することは、本来の会報誌のあり方であり、今後も随時見直しながら、より有効なツールにしていくことで、ハウスの認知向上、ひいては全国の各団体が運営しやすい環境となることが予想される。

3. 本事業により作成した印刷物



4. 事業内容についての問い合わせ

団体名：認定特定非営利活動法人ファミリーハウス

住所：101-0041

東京都千代田区神田須田町1-13-5

代表者名：理事長 江口八千代（エグチ ヤチヨ）

担当部署：事務局

担当者名：渡辺正俊（ワタナベ マサトシ）

電話番号：03-6206-8372

F A X：03-3256-8377

E-mail：jimukyoku@familyhouse.or.jp

U R L：<http://www.familyhouse.or.jp/>

次ページ以降は、過去の補助事業の内容に関する資料となります。

事業成果報告書

平成 24 年 10 月 12 日

1. 事業名 平成 22 年度 事業「難病の児童を持つ家族への支援補助事業」

2. 事業内容 会報「ファミリーハウス通信」のリニューアル

3. 実施内容
- ①ファミリーハウス通信委員会の開催
 - ②ファミリーハウス通信勉強会の開催
 - ③発行回数、発行部数、配布先の見直し
 - ④誌面デザインの強化
 - ⑤コンテンツの見直し
 - ⑥文章を含めた記事のスキルアップ

4. 長期的効果・成果

①支援者・協力者の増加

勉強会などを通してスタッフのスキルアップを図ったとともに、ファミリーハウス通信発行までの作業スケジュール・行程の見直し等を図ったことにより、製作効率が上がり、発行回数を増加することができた。年間を通して、ファミリーハウス通信の発行後は特に寄付の動きが大きく、発行回数を増やしたことにより、寄付金・寄付者数ともに増加。寄付金はリニューアル事業前の 2009 年度の 27,801,000 円から 2011 年度は 44,868,000 円と増加。2009 年度 537 名から 2011 年度 594 名と増加を示している。

寄付者の増加とともにボランティアの登録数も、リニューアル前と比較し増加した。2009 年度のボランティア登録者数 170 名から 2011 年度には 262 名まで増加。ファミリーハウス通信のリニューアルが、支援者の拡大にもつながったことを示している。

②配布先からの反響

後日行ったアンケートで「情報が整理されてとても読みやすくなった」「イラストや写真が多くて親しみやすい」「タイトルの付け方など記事の内容の質が上がった」などと評価されている。記事の目的を明確に意識しているためか、具体的に必要な物品寄付の依頼記事の発行後は物品が送られてきたり、ボランティア募集記事の発行後はボランティアの問い合わせがあるなど、レスポンスが増えた。

③配布先の拡大、配布部数の増加

本リニューアル事業にて、一般認知を広げるため送付先の精査・吟味を行い、小児科や保健所等の関係機関へも配布を拡大することができた。またそれによって発行部数も増加。リニューアル前の 2009 年以前は 1 回の発行で 2000 部の発行だったものを本リニューアル事業で 4500 部まで増加することができた。さらに、2012 年 9 月現在は 4500 部まで配布部数を伸ばしている。

④プロボノメンバーによる継続的サポート

同事業でのプロの協力者（ライター、編集者、デザイナー）が、事業終了後もボランテ

ィアとして、継続的に関わっており、スタッフの継続的なスキルアップとファミリーハウス通信の質の維持向上に寄与している。

⑤スタッフの意識向上

ファミリーハウス通信を通じて読者（ハウスを支える全ての方々）に伝えたい利用者とのエピソードがないかなど、スタッフが意識して探すようになった。その視点は、ファミリーハウス通信の質の向上のみならず、スタッフの業務に対するモチベーションアップにもつながり、相乗効果を生み出している。

写真

